

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

**НАПРАВЛЕНИЕ «ФИЛОЛОГИЯ»  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
«АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК И ЛИТЕРАТУРА»**

**Неологизмы в английском экономическом дискурсе  
(выпускная квалификационная работа)**

Выполнила: Ли Чэньсяо  
IVкурс, бакалавриат

Научный руководитель:  
ст.преп. Карапетян А.Р.

Рецензент:  
к.ф.н., доц. Журавлева О.А.

Санкт-Петербург  
2017

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
Глава I. Основные теоретические положения .....	5
1.1. Понятие “неологизм” в современном английском языке.....	5
1.2. Классификации неологизмов в английском языке .....	8
1.3. Определение и характеристики дискурса в английском языке .....	10
1.4. Специфика экономического дискурса .....	15
Выводы по Главе I .....	22
Глава II. Анализ английских неологизмов в экономическом дискурсе .....	24
2.1. Тематическая классификация неологизмов в экономической лексике .....	24
2.2. Способы создания неологизмов в английском экономическом дискурсе .....	37
Выводы по Главе II.....	44
Заключение.....	46
Список использованной литературы .....	49
Список использованных словарей.....	51

## ВВЕДЕНИЕ

Создание новых слов осуществляется, прежде всего, как отражение в языке потребностей общества в выражении новых понятий, постоянно возникающих в результате развития науки, техники, культуры, общественных отношений и т.д. Установление тенденций развития словообразовательных процессов в языке, совершенствование теории и практики лексикографии и пр. – всегда были важнейшими проблемами лексикологии.

Актуальность темы обусловлена непрерывным пополнением английской лексики в последние 10 лет, особенно в сфере экономики, в связи с меняющимся окружением, а также все большим распространением английского языка в мире и необходимостью дальнейшей теоретической и практической разработки проблемы.

Цель настоящей дипломной работы - составить тематическую классификацию экономических неологизмов и выявить наиболее продуктивные источники пополнения неологизмов в английском языке.

В работе решается следующий ряд задач:

- 1) дать определение понятию «неологизм» и описать основные характеристики неологизмов;
- 2) привести классификации неологизмов;
- 3) рассмотреть понятие «дискурс» и его особенности;
- 4) описать специфику экономического дискурса;
- 5) проанализировать неологизмы в английском экономическом дискурсе;

Поскольку основными источниками экономического дискурса являются имеющие очевидное влияние на человека и на его представления о мире средства массовой информации (СМИ), а именно новостные блоки телевидения, газет, радио, а также сети интернет материалом исследования послужили неолозимы, которые были отобраны методом сплошной выборки из англоязычных периодических изданий – *The BBC, The Guardian, Daily Mail, International Business Times, Changing Gears, Metro, The Seattle Time, Eurozine Articles* и т.д., интернет источников: *Economics Online, The Economist, The World Economic Forum* и т.д. Примеры новой экономической лексики были также взяты из материалов, предоставляемых *The Global Language Monitor* – организацией, которая отслеживает, фиксирует и анализирует языковые изменения в Интернете, блогосфере, социальных СМИ.

В работе использовались следующие методы исследования: описательно-аналитический, классификационный, метод компонентного анализа, метод дефиниционного анализа и метод количественного анализа.

Структура работы определяется целями и задачами, поставленными в работе. Дипломная работа, общим объемом 51 страница, состоит из введения, двух глав с выводами к каждой из них, заключения, списка использованной литературы, списка словарей.

## **ГЛАВА I. ОСНОВНЫЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Понятие “неологизм” в современном английском языке.**

Со второй половины 20 века развитие технического прогресса оказывает заметное влияние на общество – возникают новые явления, меняется стиль жизни и техническая оснащенность быта. Все это находит прямое отражение в языке – возникают новые слова и понятия, отражающие реалии жизни.

В языке регулярно появляются новые слова и новые значения уже существующих слов.

Язык находится в состоянии непрерывного развития, включающего определенные языковые процессы, в том числе и процесс создания новых лексических единиц. Способность к развитию является естественным способом социального существования этой системы. «Язык в целом является динамической системой, поскольку он связан с деятельностью человека, способствующей непрерывному его развитию, обогащению и совершенствованию» [Колшанский, 1990: 69].

И.С. Торопцев также акцентирует внимание на том, что «язык, а вместе с ним и его система, как и всякое явление, предмет, обладает возможностями развития» [Торопцев, 1985: 62]. Развитие языка протекает под знаком его постоянного совершенствования и обогащения функциональных возможностей. И в сфере лексики это развитие протекает особенно интенсивно и наглядно, реализуется в постоянном двуедином процессе

архаизации – обновлении словарного состава языка.

Согласно Лингводидактическому энциклопедическому словарю А.Н. Щукина, «неологизм – это слово или оборот речи, созданные для обозначения нового предмета или выражения нового понятия» [Щукин 2007:175].

В Лингвистическом энциклопедическом словаре дается следующее определение термина «неологизм»: «неологизмы (от греч. *neos* – новый и *logos* – слово) – слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определенный период в каком-либо языке или использованные один раз («окказиональные» слова) в каком-либо тексте или акте речи» [ЛЭС, 1990: 331].

Следует при этом вспомнить о разном понимании учеными сущности неологизма. В. Фляйшер и М.Д. Степанова, в частности, пишут: «Под неологизмом понимается... «новая» единица словаря» [Степанова, Фляйшер, 1984: 190]. Следовательно, В. Фляйшер и М.Д. Степанова считают неологизм словарной единицей, а если так, то, значит, и узуальной, лишь с той оговоркой, что неологизму присуща новизна Л. Ортнер высказывают мысль о том, что неологизмы не входят в словарный состав, но как бы «вплотную примыкают» к нему [Ortner, 1984: 55]. Нам представляется правомерной трактовка В. Фляйшера и М.Д. Степановой о неологизмах как единицах словаря.

В.И. Заботкина полагает, что «...неологизм – это результат новых ассоциаций или результат устранения омонимии и т.д., т.е. при создании неологизма зачастую действуют чисто внутриязыковые стимулы» [Заботкина,

1989: 14]. Мы разделяем точку зрения В.И. Заботкиной лишь частично. Нам представляется, что новейшие явления, происходящие в лексике современного английского языка, обусловлены как социальными, так и внутриязыковыми факторами.

А.Г. Лыков считает неологизмом (в лексикологии и словообразовании) новое слово языка, слово в начальной стадии своей исторической языковой жизни [Лыков, 1972: 85].

Неологизмы имеют разную продолжительность использования и частоту употребления. В.В. Лопатин полагает, что новизна неологизмов довольно скоро перестает восприниматься [Лопатин, 1973: 70].

Временные рамки отнесения единицы к неологизмам с момента вхождения слова в язык колеблются от нескольких лет до нескольких десятилетий. Неологизмы чаще всего образуются с прагматическими целями коммуникации в конкретный момент времени, в конкретной ситуации общения. Являясь осуществлением определённого коммуникативного намерения, новые лексические единицы становятся продуктом дискурса. Большинство неологизмов связано с развитием науки, техники, культуры, экономики. Источником неологизмов является как межличностный дискурс, так и дискурс средств массовой информации [Карпова, 2007].

## 1.2. Классификации неологизмов в английском языке

Лексические новообразования чрезвычайно многообразны. Типология неологизмов может быть построена с учетом самых разных признаков, свойственных этим единицам. Поэтому некоторые классификации неологизмов являются традиционными для лексики в целом (например, деление неологизмов по способу их образования, по стилистической окраске и под.), другие же опираются на признаки, свойственные только этим языковым единицам (например, деление неологизмов на группы по степени их новизны или по степени новизны обозначаемой реалии). Рассмотрим существующие типологии неологизмов более подробно.

1) По источнику появления неологизмы делятся на:

- общеязыковые (как новообразованные, так и новозаимствованные);
- авторские;
- индивидуально-стилистические.

2) По предназначению:

- для обозначения не существовавших ранее предметов, явлений и понятий: например, слова «*powerstation*» или «*cosmonaut*», «*lavan*», «*programming*», появились вместе с соответствующими реалиями. Возникновение общеязыковых неологизмов обычно связано именно с обозначением новой реалии;
- как собственные имена для вновь создаваемых предметов (например, «*Kodak*»);



- для более краткого или выразительного обозначения;
- для достижения художественного (поэтического) эффекта.

### 3) По степени новизны языковой единицы:

- абсолютные. Абсолютным неологизмам обычно не дают развернутого определения, выявляя их признаки по соотношению с относительными неологизмами. Реально к абсолютным неологизмам относят те слова и фразеологизмы, которых ранее не было в языке.

- относительные. Относительные неологизмы – группа слов, принципиально не новых для языка. К ним относят: 1) «вернувшуюся лексику» – малоупотребительные или устаревшие слова, которые в последние годы «актуализировались, сохраняя в своей «новой жизни» прежнее смысловое и функционально-стилистическое содержание»; 2) актуализированную лексику – слова, прежде существовавшие в языке, но выступающие на современном этапе в ином осмыслении; 3) внутренние заимствования – новые слова и фразеологизмы, появление которых обусловлено перераспределением языковых средств в видах и жанрах речи [Поповцева, 1990: 90–95].

4) По способам создания неологизмы можно сгруппировать следующим образом:

- словообразовательная деривация — образование новых слов из существующих в языке морфем по известным (обычно продуктивным) моделям, то есть по образцу уже существующих в языке слов, например: «*green-eyed*», «*hammer-on*» и др.

- семантическая деривация — развитие в уже существующем слове нового, вторичного значения на основе сходства вновь обозначаемого явления с явлением уже известным [Лукьянченко, 2013: 48-51].

Словообразовательная деривация происходит по определенным моделям, исторически сложившимся в данном языке. К настоящему времени бесспорными установленными признаками деривационных отношений признаны производность по форме и мотивированность по содержанию. Неологизмы, порождённые в ходе разговорного дискурса и закрепившиеся в нём, обладают широким потенциалом к пополнению в будущем словарного запаса языка. Может произойти как мелиорация, так и пейорация их значения. Возможна также смена их стилистической принадлежности.

- большое количество новых слов создаются в результате образования аббревиатур, акронимов и усечения слов. Неологизмы могут также появиться в языке также путем калькирования или прямого заимствования из других языков.

### **1.3. Определение и характеристики дискурсов в английском языке**

Дискурс (фр. *discours*, от лат. *discursus* — рассуждение, довод) — одно из сложных и трудно поддающихся определению понятий современной лингвистики, семиотики и философии, получившее широкое распространение в англо- и особенно франкоязычных культурах. Значение слова — речь, выступление, рассуждение. В русском языке, как и во многих европейских, этому слову нет эквивалента. Оно переводится как дискурсия, речь, слово,

текст, рассуждение. Предметом теоретического изучения дискурс стал относительно недавно.

Четкого определения понятия «дискурс» не существует. В широком смысле дискурс – это коммуникативное действие, явление, представляющее собой речь, диалог, стиль, язык, прошедшие через призму экстралингвистических факторов – знаний о мире, установок, мнений, культурных традиций, исторических фактов и идеологических установок, знание о которых необходимо для полного понимания вышеуказанных речи, стиля, диалога. Дискурс социально обусловлен, и идеологическая социализация осуществляется именно в дискурсе. Таким образом, дискурс – это также и социокультурный термин, так как особо оговаривается необходимость учитывать всю совокупность обстоятельств до его возникновения [Ивин: 2004].

В узком смысле дискурс – это письменный или речевой продукт коммуникативного действия, но не просто текст, а актуально произнесенный текст, вербальный продукт. Дискурс также используют для обозначения жанра – существуют «научный дискурс», «художественный дискурс», «политический дискурс» и так далее. Дискурс включает в себя и паралингвистическое сопровождение вербального продукта – жесты и мимику, в структуре дискурса выполняющие ритмическую, семантическую, эмоционально-оценочную функции воздействия на собеседника. Контекст дискурса моделируется в форме фреймов или скриптов (типовых ситуаций или сценариев), разработка которых – одна из важнейших частей теории

дискурса.

Дискурс обращается к таким ментальным процессам субъектов коммуникации, как этнографические, психологические и социокультурные правила порождения и понимания речи, определяющие ее необходимый темп, степень связности, фиксацию точки зрения говорящего, а также соотношение общего и частного, известного и нового, субъективного и объективного в содержании дискурса.

Дискурс изучается теоретической лингвистикой, а также с его исследованиями связаны такие науки, как психология, социология, логика, философия, политология, этнология, антропология, семиотика, теория и практика перевода, теология, педагогика, юриспруденция, коммуникационные исследования и другие.

Сформированы основные подходы к пониманию термина «дискурс»:

- дискурс как текст, актуализируемый в определенных условиях с учетом экстралингвистических параметров;
- дискурс как общение, реализуемое в ходе определенных дискурсивных практик;
- дискурс как вид речевой коммуникации;
- дискурс как знаково-символическое культурное образование, как культурный код;

В работах отечественных и зарубежных ученых-лингвистов под термином «дискурс» понимается вербализованная речемыслительная деятельность, реализованная в целостном речевом произведении,

включающая не только лингвистические, но и экстралингвистические компоненты.

Н.Д. Арутюнова определяет дискурс как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими — прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах), дискурс — это речь, «погруженная в жизнь» [Арутюнова, 1989: 136-137].

Явлением промежуточного порядка между речью, общением, языковым поведением, с одной стороны, и фиксируемым текстом, остающимся в «сухом остатке» общения, с другой стороны, считает дискурс В.И. Карасик. Исследователь определяет дискурс как языковое явление, которое вбирает в себя свойства, присущие речи, общению, и которое фиксируется в текстах [Карасик, 2000].

Дискурс является единым организмом, в котором одновременно реализуются самые разнообразные аспекты языка и языкового мышления. Дискурс, включающий в себя лингвистические и экстралингвистические компоненты, проявляется в коммуникации и в ней функционирует.

Для дискурса характерны следующие свойства:

- тематическая связность — содержание речевого фрагмента (монологического или диалогического) концентрируется вокруг определённой темы (погода, театральные новости, болезни, мода и т.п.);

- ситуативная обусловленность — речевые действия актуализируются в конкретной коммуникативной ситуации, характерной для той или иной коммуникативной сферы (обиходной, деловой, профессиональной и др.);
- динамичность — видоизменение темы даже в условиях одной и той же коммуникативной ситуации; изменение темы может быть спонтанным или постепенным, логически обоснованным и необоснованным, намеренным и ненамеренным; динамичность может проявляться и в смене общей тональности дискурса;
- социальная ориентация — в речевых фрагментах актуализируются важнейшие категории социальной коммуникации — социальный статус, коммуникативные роли, коммуникативная установка, ценностная ориентация коммуникантов; неоднородная структурированность проявляется по многим параметрам функционального и когнитивного аспектов коммуникации благодаря тому, что в дискурсе актуализируются как языковые, так и неязыковые факторы;
- недискретность — неопределенность границ дискурса как целостного речевого произведения; в отличие от высказывания, дискурс не обладает выраженной целостностью, законченностью. Впрочем, в содержательном плане признаками целостности дискурса могут служить коммуникативная ситуация и тематическая связность. Формальными признаками целостности могут быть невербальные сигналы, обозначающие конец разговора, или паузы, переключающие коммуникантов на другую тему. В письменной форме это выражается красной строкой абзаца [Конецкая, 1997: 304].

В теоретическом плане эта особенность дискурса вполне согласуется с научным тезисом о недискретности, диффузности сложных языковых единиц, особенно в плане содержания. Но для понимания функционирования таких единиц необходимо обоснование их как целостных речевых произведений или хотя бы их компонентов. Подходы к моделированию дискурса связаны главным образом с обобщенным представлением его концептуальной организации - его когнитивным аспектом с целью выяснить, как в нем представлены наши знания об окружающем мире, как организуется наше поведение в определенных ситуациях (в процессе труда, ритуала или во время отдыха и т.п.), как создается социальная ориентация коммуникантов.

#### **1.4. Специфика экономического дискурса**

Дискурс – это многоаспектное и многозначное понятие. Это языковое отображение действительности, языковой код жизни. Все, что происходит в истории человечества, нации, народа, общества (различных его сферах: медицины, политики, религии, экономики и так далее), имеет свое отображение в языке.

Актуальной становится необходимость определения в лингвистике понятия «экономический дискурс» («экономический текст»), выделения жанров данного подвида дискурса и исследования его функционально - стилистических, лингвопрагматических и социолингвистических особенностей.

Конец XX в. обозначился увеличением научных исследований текстов экономической публицистики (Е. О. Шибанова), экономического дискурса (К. В. Томашевская), отдельных жанров экономического текста (Е. Г. Баянкина), толкования экономического текста (Н. К. Кравченко), экономического текста как социокультурного феномена (И. В. Мурудян).

Как отмечает М. Л. Макаров, «не все гладко с критериями выделения типов дискурса, сфер и эпизодов общения, – не все типологии могут похвастаться логикой построения классификации, пока еще не набран достаточный эмпирический материал» [Макаров, 2003: 278].

Современный российский языковед В. И. Карасик выделяет персональный (лично-ориентированный) и институциональный (отраслевой) дискурсы [Карасик, 2000].

В отличие от персонального, институциональный дискурс представляет собой систему статусноролевых отношений в коммуникативном пространстве жизнедеятельности определенного социального института. То есть это общение адресата и адресанта в заданных координатах, речевое взаимодействие представителей различных социальных групп или институтов.

При анализе институционального дискурса и определении типа институционального общения учитывают такие параметры: статусноролевые характеристики участников; условия, время и место действия; тематику и цели общения, стиль и жанры; дискурсивные формулы и так далее. Количество социальных институтов (отраслей) в современном обществе



формирует количество разновидностей институционального дискурса [Карасик, 2000].

К разновидностям институционального дискурса, по нашему мнению, можно отнести и экономический дискурс, который, несомненно, заслуживает внимания лингвистов. Исследованию экономического дискурса посвящен ряд лингвистических исследований (Е. Ильченко, М. Ликунь, Е. Лут, В. Мальцева, Т. Мартынюк, Е. Петушинская, Ю. Степанов, К. Томашевская и др.).

Некоторые лингвисты исследуют экономический дискурс в рамках других дискурсов, или отождествляют с ними. Так, неотъемлемым компонентом политического дискурса считают экономический дискурс такие лингвисты, как А. П. Чудинов, А. Н. Баранов, Е. И. Шейгал и др. Экономика и политика как важнейшие сферы развития государства имеют тесную связь, однако само их существование как отдельных институтов, разные цели, участники и другие отличительные признаки дают основания для их отделения друг от друга и, соответственно, выделения отдельных дискурсов [Шереметьева, 2011].

Другие исследователи понятие «экономический дискурс» употребляют параллельно с понятием «деловой дискурс» или «бизнес-дискурс» (Н. Наумова, Е. Петушинская, Н. Щекина, Р. Пилипенко и др.). Но такая замена не является логической, поскольку экономический дискурс является более широким понятием, которое включает в себя, кроме профессионального общения специалистов этой сферы, еще и межличностное общение продавца и покупателя, руководителя и сотрудника предприятия.

Деловой (профессионально направленный) дискурс, в свою очередь, ограничивается коммуникацией только между специалистами определенной сферы. То есть устанавливаются ограничения на сферу использования экономического дискурса и круг участников [Шереметьева, 2011].

Исследователи выделяют два подхода к определению понятия «экономический дискурс». Согласно первому направлению экономический дискурс – это система текстов, которые возникают под влиянием различных факторов (экстралингвистических, прагматических, социокультурных и др.) и объединены одной тематикой.

В свете второго подхода экономический дискурс предстает как коммуникативное событие, как интегративная совокупность отдельных коммуникативных актов в сфере экономики. Вербальным результатом такой дискурсивной деятельности являются экономические тексты. Как видим, оба подхода имеют общую черту – доминантой экономического дискурса выступает экономический текст, который служит средством коммуникации в экономической сфере и имеет определенные особенности в зависимости от адресованности многим реципиентам и, соответственно, контекстом.

Итак, под экономическим дискурсом мы понимаем совокупность речевых актов в сфере экономики, а также созданные профессионалами, неспециалистами и журналистами устные и письменные тексты или их фрагменты, которые отображают реалии экономического мира.

Цель экономического дискурса заключается в 1) освещении событий в экономической жизни общества; 2) информировании о состоянии экономики;

3) формировании определенного отношения к различным изменениям и побуждении к определенным действиям; 4) создании экономических теорий; 5) исследовании направлений развития экономики, а также уровня жизни населения [Шереметьева, 2011].

Участниками экономического дискурса выступают юридические и физические лица: государство, журналисты, ученые, научные сотрудники, преподаватели и др. В зависимости от сектора экономики в рамках экономического дискурса формируются и соответствующие подвиды: финансовый дискурс (финансы и кредит), бухгалтерский дискурс (бухгалтерский учет и аудит), налоговый дискурс (налоговое дело и страхование), деловой дискурс (предпринимательская деятельность и торговля).

Май Ликунь, в свою очередь, внутри экономического дискурса выделяет ряд профессиональных дискурсов: промышленно – экономический, финансов – экономический, торгово–экономический, экономик – теоретический, экономико – статистический и так далее [Ликунь, 2008: 249-288].

Стоит отметить также и жанровую разветвленность экономического дискурса. В зависимости от цели, участников и сферы общения информацию можно репрезентовать в виде интервью, репортажа, экономических новостей, лекции, дискуссии, конференции, беседы и так далее.

Глобальные процессы в мировой экономике, а также любые изменения в экономике государства имеют свое освещение в средствах массовой информации (СМИ), массмедиа: пресса (газеты, журналы, книги), радио,

телевидение, интернет, рекламные щиты и т. п. Общей чертой для всех средств является обращение к массовой аудитории, доступность многим людям и распространение информации. Так, именно периодические издания сообщают о фактах и событиях в мире экономики, формируют ценностное отношение к ним, побуждают к характеристике и оценке экономических процессов как отдельными гражданами, так и социумом в целом. Поскольку время диктует свои условия, процесс коммуникации происходит по соответствующим правилам с учетом быстротечности времени, быстрой смены событий, а также различной языковой и образовательной подготовки реципиентов.

Язык экономического дискурса релевантен разнообразием в подборе языковых средств и грамматических форм, использовании экономической лексики, терминов, комбинации лексики разных жанров, отсутствием единого построения текстов. Это обусловлено необходимостью повлиять на адресата, донести информацию и побудить к соответствующим действиям.

Особого внимания заслуживает синтаксическое построение текста экономического дискурса, которое является формой для выражения соответствующего содержания, а также средством выражения функции влияния средств массовой информации, правильной подачи информации и достижения цели общения.

Таким образом, синтаксис экономического дискурса имеет тесную связь с содержанием высказывания. Дискурс экономической публицистики, например, репрезентирует разнообразную семантико-синтаксическую

структуру сложных предложений, которые имеют весомый функциональный потенциал в тексте. Указанные синтаксические явления экономического дискурса СМИ являются самыми употребляемыми. Они выделяют из целого текста отдельные его компоненты; в коммуникативном аспекте это представлено в акцентировании, выделении определенных элементов сообщения с целью подчеркнуть их смысловую значимость, актуализировать и усилить информативную содержательность, экспрессивную выразительность.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I

В рамках первой главы мы рассмотрели теоретические вопросы, связанные с понятиями «неологизм» и «дискурс».

Активное пополнение языка новыми словами вызывает проблему их правильного понимания и употребления. Трудности, связанные с использованием в речи неологизмов, вызываются нередкой расплывчатостью семантики в новых словах, трансформацией их значений в зависимости от времени и общественно-политической ситуации в стране, изменением сферы их употребления.

Классифицировать неологизмы можно по таким признакам, как вид языковой единицы, степень новообразования, способ образования неологизмов и т.д.

Третий и четвертый параграфы первой главы посвящены понятию «дискурс», экономическому дискурсу и его характеристикам.

Дискурс представляет собой явление промежуточного порядка между речью, общением, языковым поведением, с одной стороны, и фиксируемым текстом с другой. С позиций лингвистики речи дискурс - это процесс живого вербализуемого общения, характеризующийся множеством отклонений от канонической письменной речи, отсюда внимание к степени спонтанности, завершенности, тематической связности, понятности разговора для других людей.

Существует классификация видов дискурса, согласно которой дискурс бывает персональным (лично-ориентированным) либо институциональным, к которому относится и экономический дискурс.

Под экономическим дискурсом мы понимаем совокупность речевых

актов в сфере экономики, а также отображающие реалии экономического мира устные и письменные тексты или их фрагменты, созданные профессионалами, неспециалистами и журналистами.

Можно выделить следующие цели экономического дискурса 1) освещение событий в экономической жизни общества; 2) информирование о состоянии экономики; 3) формировании определенного отношения к различным изменениям и побуждении к определенным действиям; 4) создании экономических теорий; 5) исследовании направлений развития экономики, а также уровня жизни населения.

Язык экономического дискурса характеризуется разнообразием языковых средств и грамматических форм, использованием экономической лексики, терминов, комбинацией лексики разных жанров, отсутствием единого построения текстов. Это обусловлено необходимостью повлиять на адресата, донести информацию и побудить к действиям.

## **ГЛАВА II. АНАЛИЗ АНГЛИЙСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ**

### **В ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

#### **2.1. Тематическая классификация неологизмов в экономической лексике**

Все существенные изменения экономических процессов протекают на фоне изменений всего социального организма. Эти новые изменения находят отражение в языке данного общества, возникают ключевые слова, характеризующие конкретный исторический этап общественного развития.

Немецкий ученый Ф. Ванкерл отмечает, что не существует гомогенного понятия «экономическая лексика». Говоря об экономической лексике, скорее следует иметь в виду гетерогенное многообразие различных форм языка профессиональной коммуникации [Hundt, 1995: 316]. Провести четкие границы в употреблении некоторых терминов «экономики», находящихся на стыке двух дисциплин, иногда невозможно. Многие спорные моменты экономического характера решаются на правовом уровне. Аналогичные примеры параллельного употребления терминов имеются на стыке интересов экономики и политики, географии, статистики, истории.

В ходе анализа отобранной лексики были выделены следующие группы неологизмов:

1. Неологизмы, появившиеся в период финансового и экономического



кризиса.

Экономический спад, который начался в 2007 г, привел также к возникновению новых явлений в экономике, что нашло свое отражение и в языке. Например, развитые страны, в большей степени пострадавшие от кризиса, предпринимают меры по спасению своих компаний и банков от банкротства. С этой целью правительства этих стран проводят программы по стимулированию экономики, которые получили название *QE – Quantitative Easing: (the introduction of new money into the money supply by a central bank .Quantitative easing (a procedure where by a central bank creates a supply of new money to put into a banking system which is inserious difficulty.*

*It ended both quantitative easing and its zero interest rate policy only in 2006.*

*All four of those countries, unlike other major economies are expected to avoid debasing their currencies by moving to wards quantitative easing.*

Эти программы предполагают увеличение денежной массы в обращении для покупки государством долговых обязательств и акций проблемных компаний, а также решения проблемы задолженности в целом.

Финансовый и экономический кризис 2008 года затронул практически все сферы деятельности человека, и лексические единицы *credit crunch (a period when country's economy is in a bad state and banks are not willing to lend much money) u stagflation (a combination of stagnation and inflation referring to an economy suffering stagnant economic growth while inflation continues to rise)* стали едва ли не самыми частотными в англоязычной прессе в пик кризиса. Однако, являясь, безусловно, модными, актуальными и частотными, согласно

словарю *The Oxford Dictionary*, они не могут быть отнесены собственно к неологизмам, так как появление термина *credit crunch* датируется концом 60-х годов XX столетия, ознаменовавшимся финансовым кризисом на *Wall Street*, тогда как использование слова *stagnation* как экономического термина приписывается Иану Маклеоду, министру финансов Великобритании, впервые использовавшему его в своем выступлении перед Палатой представителей в 1965 году.

Необходимо признать, что неологизмы, тематически представляющие социально-экономическую сферу, количественно уступают новым лексическим единицам, отражающим неологический бум в сфере Интернета и социально-сетевых услуг. Однако их актуальность не вызывает сомнения. Так, например, в 2011 году *The Oxford Dictionary* признал словом года неологизм *squeezedmiddle (people on average incomes who have less money than previously to buy the things they need because rising costs have not been matched by an increase in pay)*, отражающий заметное понижение покупательной способности работающего среднего класса в англоязычных странах ввиду того, что рост доходов не пропорционален росту цен на товары и услуги.

*The Global Language Monitor* в 2008 г. в числе наиболее частотных фраз (*topphrases*) назвала словосочетание *financialtsunami* (финансовое цунами), в 2010 г. – *the Great Recession* (Великая рецессия), в 2012 – *fiscalcliff* (фискальный обрыв). В 2013 году в десятку наиболее частотных слов (*topwords*) по статистике *The Global Language Monitor* вошла устоявшаяся лексическая единица *deficit*. Таким образом, как видно из приведенных

примеров, лексические единицы, отражающие социально-экономические реалии, признаются особенно значимыми и актуальными авторитетными сообществами специалистов и лексикографическими изданиями.

Необходимо отметить, что в 50% случаев при семантизации, раскрытии значения неологизма в определении проанализированных новых понятий использовались следующие лексические единицы: *recession, credit crunch, economic crisis, ailing economy, recent period of economic turbulence, current economic situation, current climate of economic down turn, climate of recession, recession-struck times*. Данный факт свидетельствует о том, что последствия экономического спада отразились на различных аспектах жизни в Великобритании и экономический кризис – это тот контекст, та среда, которая породила возникновение значительного числа неологизмов:

*Regifting – the practice of giving a gift that you originally received to someone else – is becoming increasingly popular in these recession-struck times.*

*Recessionista is a popular new term for a person who manages to dress stylishly on a tight budget, and it gained currency rapidly in the pre-Christmas weeks of 2008, when people's disposable income was seriously curtailed by knock-on effects of an ailing economy.*

Стоящим внимания неологизмом, демонстрирующим многоаспектность влияния рецессии на различные стороны жизни, является лексическая единица *crunch creep*, которая обозначает неожиданные социальные и экономические последствия, так называемый «побочный эффект» кризиса, к которым относятся и повышенный спрос на шоколад, и увеличение

количества краж в продуктовых магазинах, и тенденция избавляться от домашних животных, особенно тех, чье содержание обходится владельцам довольно дорого:

*Crunch Creep – Strange and often unlikely events laid at the door of the credit crunch Sales of fine-blend teas are dropping as cost-conscious Brits turn back to the traditional comforts of Builder's Tea.*

В анализируемом материале особняком стоит целый пласт лексики, представляющий новые виды туризма и отразивший влияние экономического кризиса на эту сферу жизни человека. Так, например, особую популярность приобрел недолгий, длящийся два-три дня отпуск, получивший название *minibreak*. Еще более бюджетный вариант отдыха представляет неологизм *nanobreak*, обозначающий поездку, которая длится все лишь сутки и включает одну ночевку в гостинице (*a very short holiday which involves staying away from home for one night*):

*The number of people booking nanobreaks has jumped 29 per cent in the past year, with some even prepared to travel as far as Moscow and Abu Dhabi for a one-night stay.*

2. Во вторую группу вошли неологизмы, связанные с использованием новых технологий.

Со второй половины 20 века развитие технического прогресса оказывает заметное влияние на общество – возникают новые явления, меняется стиль жизни и техническая оснащенность быта. Все это находит прямое отражение в языке – возникают новые слова и понятия, отражающие реалии жизни.

Что касается экономической лексики английского языка, то здесь технический прогресс также оказал свое влияние. В начале 21 века завершился самый длительный период экономического подъема за послевоенный период. Появление новых технологий, таких как интернет, и развитие компьютерных и коммуникационных технологий привело к росту производительности труда, что в свою очередь обеспечило безинфляционный рост экономики в течение почти десятилетия. Это способствовало появлению такого понятия как *New Economy* (*new industries, such as biotechnology or the Internet, that are characterized by cutting-edge technology and high growth*) т.е. такой экономики, где уже не работает классическая теория цикличности, и спады деловой активности ушли в прошлое.

*A nostrum of the new economy is that new technology allows us to use less energy.*

*Again the new economy of computers and internet technology is seen as the new driving force behind wealth creation in the States.*

Развитие интернета привело к появлению таких новых понятий в английском языке как *dotcom* (компания, работающая в системе интернета), *e-commerce* (электронная торговля, т.е. торговля через интернет). В результате роста популярности социальных сетей возник такой вид торговли как *s-commerce* (*socialcommerce*, или предложение товаров к продаже через социальные сети).

Стоит отметить неустоявшийся характер этих терминов, для которых типично наличие множественных синонимов. Так, например, лексическая

единица *sharing economy* (*an economic system based on the idea that different people or organizations share the creation and use of resources*) описывает модель деловой активности, основанную на том принципе, что люди и организации сотрудничают друг с другом и совместно участвуют в создании, распределении и потреблении товаров и услуг, что в определенной мере связано с желанием экономно использовать невозобновляемые ресурсы в условиях роста населения Земли, при этом такая форма взаимодействия стала возможна благодаря высокому уровню развития Интернет-технологий, дополнительным преимуществом данной экономической модели является возможность сократить издержки:

*When David McGaw ... needs a cab, he taps in his location on a smartphone app and waits for another citizen, albeit one owning a car, to collect him. A frightening prospect, you say? But the sharing economy is taking off, spawning companies for those willing to lend and borrow everything from mattresses to power tools.*

Неустоявшийся характер данного термина проявляется в наличии таких альтернативных лексических единиц, как *access economy* и *collaborative economy*, которые обозначают то же явление. Поскольку взаимодействие в рамках этой экономической модели происходит не между организациями, а между физическими лицами, эти сделки описываются, как *peer-to-peer* (или *P2P*) (в отличии от привычных *B2B* и *B2C*): *peer-to-peer business, peer-to-peer rental*.

Появление новых технологий применяемых коммунальными службами,

также повлияло на создание новых слов, стремление к самодостаточности, автономности и независимости в условиях усложняющейся экономической ситуации и растущих тарифов на энергоносители отражает определение *off-grid (или offgrid)*, то есть не использующий общие коммунальные сети, например, водопровод или электричество, а также его производные *off-gridder и off-gridding (not using public supplies of utilities such as electricity, water, etc.)*:

*The Morgan Stanley analysts are not voicing their opinion of the merits of off-grid living in their forecasts, they are simply pointing to the facts of the matter.*

3. Третью группу составили единицы, обозначающие новые маркетинговые стратегии.

В бизнесе появляется большое количество неологизмов, которые отражают новые явления, особенно в менеджменте и маркетинге, такие как *ghost brand* (в прошлом знаменитая торговая марка, товары под которой все еще продаются, но не пользуются прежней популярностью), *mass customization* (индивидуализация товара или услуги, производящихся в больших количествах), *brand storming* (выработка новой стратегии в отношении торговой марки или конкурс на лучшее название для новой торговой марки).

Что касается актуальных маркетинговых стратегий, отразившихся в новой лексике данной сферы, то они также связаны с обеспокоенностью потребителей состоянием окружающей среды. Так, например, неологизм *greentailing (1. The business of selling environmentally-friendly products to the*

*public; 2. The practice of using environmentally-friendly methods to run a business which sells products to the public*), который, с одной стороны, обозначает продажу безопасных для окружающей среды товаров, а, с другой стороны, подразумевает использование безопасных для окружающей среды методов управления торговой компанией):

*Can reducing POS [=point of sale] paper consumption save the planet?*  
(Eurozine Articles 4th June 2010) [McLennan G, 2013].

Своеобразная поддержка, оказываемая потребителями «зеленым» компаниям, обозначается новым словом *carrotmob* и его производными (*an event in which a large group of people gather at an environmentally-friendly shop or business and demonstrate support for it by buying products*), которое можно определить как мероприятие, собирающее большое количество людей в магазине или компании, ведущей свою деятельность с минимальным воздействием на окружающую среду с целью продемонстрировать свою лояльность:

*The philosophy is simple: rather than boycotting shop owners for not doing enough for the environment, carrotmobbers use their consumer power to reward those that do.*

4. Неологизмы, обозначающие новые понятия на рынке труда вошли в четвертую группу.

Семантика лексических единиц, отражающих нововведения на рынке труда, а также новые формы взаимоотношений между работником и работодателем, обусловлена и технологическим прорывом в сфере



автоматизации и мобильных технологий, и финансовыми сложностями, особенно ярко проявившимися в результате экономического кризиса.

Влияние новых технологий на сферу трудоустройства и занятости демонстрирует такая лексическая единица, как *twintern* (*a person, especially a student or recent graduate, who is employed to promote a company by using social media such as Twitter and Facebook*), то есть студент или недавний выпускник университета, нанятый компанией с целью повысить узнаваемость ее бренда при помощи таких социальных сетей, как *Facebook* и *Twitter*:

*"[...] 'Twinterns' are usually young graduates because they are often well-versed in social media websites and new online trends such as micro-blogging.*

Тот факт, что в настоящей экономической ситуации рынок труда можно признать ориентированным на экономические интересы работодателя, отражается в таком неологизме, как *zero hours contract* (*an employment agreement in which a person only works when the employer needs them and so has no regular amount of work or working hours*), который обозначает такую форму трудовых отношений, которая не предполагает гарантированной занятости, и как следствие, стабильного дохода:

*Millions of people have taken shorter hours, temp jobs and zero hours contracts in order to stay afloat during the recession and stagnation," said TUC General Secretary Frances O'Grady ...*

Лексическая единица *precariat* (*a social group consisting of people whose lives are difficult because they have little or no job security and few employment*

*rights*), вошедшая в активное речевое употребление в последние несколько лет, отражает последствия нарастающей автоматизации производства, аутсорсинга и политики поощрения «гибкого и динамичного» рынка труда, подразумевающей привлечение не постоянных сотрудников, а внешних агентов, что, в свою очередь, становится причиной отсутствия социальной защищенности и гарантий занятости:

*John Harris meets low-paid and insecure workers in Swansea and London caught in a race to the bottom, and hears about the rise of the precariat.*

С понятием *the precariat* связано прилагательное *lights-out* (*describing a machine or manufacturing process that is controlled by a computer and does not need a human to be present in order to operate or supervise it*), описывающее механизм или производственный процесс, полностью автоматизированный и не требующий присутствия человека:

*Imagine going home at night while your computer keeps doing your job. That's the basic idea behind a trend in manufacturing called "lights-out machining." You punch out. The machines keep working.*

5. В отдельную группу мы включили неологизмы, связанные с появлением новых профессий.

В течение последнего десятилетия на рынке труда произошли значительные изменения, связанные с появлением цифровых технологий. Совершенно новые виды работ будут созданы благодаря быстрым достижениям в области робототехники, искусственного интеллекта, биотехнологии, передовых материалов и геномики. [Word Economic Forum,

2016].

Согласно данным онлайн ресурса *World Economic Forum* к новым профессиям, которых не было десять лет назад, относятся *social media manager, uber driver, driverless car engineer, cloud computing specialist, big data analyst/data scientist, sustainability manager, YouTube content creators, App Developer, drone operators*.

*Social media manager* — Back in 2006, there was no need for social media managers as most platforms had yet to be created. Today Facebook has more than 1.5 billion users worldwide and, alongside other platforms such as Twitter and Instagram, has become an indispensable marketing tool with which brands can engage with consumers.

*Uber driver* — The app-based ride-hailing company was only founded in 2009, but has already grown to become the world's most valuable start-up at \$62 billion. In 2015, Uber doubled the number of active drivers on its US platform, and the company is announcing new services in cities around the globe.

*Driverless car engineer* — While driverless cars look set to wipe out the roles of taxi drivers and couriers, they are also beginning to create some new jobs as well. Driverless cars won't be able to mend themselves, so engineers, mechanics and software developers who work on vehicles will be increasingly in demand in the not-too-distant future.

*Cloud computing specialist* — A decade ago, if somebody said they worked in the cloud, you might well have wondered what they were talking about. The term apparently emerged from a 2006 conference where Eric Schmidt described

*Google's approach to software as 'cloud computing'. Today, over half of US businesses use it, and cloud management, engineering and strategizing have become occupations.*

*Big data analyst/data scientist — With volumes of data growing at a rate of 40% per year, it's no wonder that people who can analyse and process all this information are in high demand.*

*Sustainability manager — Sustainability is becoming increasingly important to organizations these days. Even companies that aren't working in 'green' sectors are hiring people to help them use their resources more effectively and make environmentally friendly decisions.*

*YouTube content creators — Thanks to YouTube and other video-sharing platforms that followed in its wake, video-blogging or 'vlogging' is now a career, with the most successful YouTube stars attracting millions of dollars through advertising, social media management and sponsorship deals.*

*App Developer — The collaboration between an app designer and an app developer is what produces the apps you use on your phone. Once the app designer finishes their work, they'll send everything off to the app developer who will implement the design into code. The result? A shiny new app. The developer takes the designs and makes the app do what it's supposed to – so basically everything behind the scene that you don't see – but this is what allows you to use every feature of your favorite apps.*

*Drone operators — The global market for unmanned aerial vehicles (UAVs) has been growing rapidly, creating job opportunities for drone operators.*

6. Последнюю из выделенных нами групп составили неологизмы, связанные с процессом глобализации.

Развитие такого процесса как глобализация принесло в английский язык целый ряд неологизмов, таких как *glocalization*, *globophobic*, *globality* and *globophobia*: *glocalization* – создание товаров и услуг для глобализированного рынка с учетом особенностей национальной культуры; *globophobic* – относящийся к противникам глобализации; *globophobia* – отрицательное отношение к глобализации; *globality* – глобализированная взаимосвязанная экономика.

*Glocalization – it is a likely candidate for glocalization, because of its stated aim to include the traditionally powerless in decision-making processes).*

*Globophobic – its 'globophobic' detractors see globalization as harmful, bringing about order to discuss the fundamental transformations in the world economy.*

*Globophobia – the discipline of economics is centrally concerned with unmasking just this sort ... of economic activity that is best captured by the term «globophobia».*

## **2.2. Способы создания неологизмов в английском экономическом дискурсе**

В английском языке существует целый ряд способов пополнения состава новой экономической лексики:

1) Аббревиатуры (слова, образованные из первых букв или звуков

словосочетания) широко распространены в английском деловом дискурсе. Таким способом были образованы многочисленные неологизмы, включая следующие: *CIO* (*Chief Information Officer* – директор по информационным технологиям); *CRO* (*Chief Restructuring Office* – руководитель программы реструктуризации испытывающей сложности компании).

Акронимы (слова, образованные из начальных букв или начальных элементов словосочетания и произносимые в речи по правилам как обычное слово) также являются источником неологизмов в современном экономическом дискурсе. В качестве примера можно привести следующие неологизмы: *NASDAQ* (*National Association of Securities Dealers Automated Quotation* – система автоматической котировки Национальной ассоциации биржевых дилеров (Американская фондовая биржа, специализирующаяся на акциях высокотехнологичных компаний)); *BRICS* (*Brazil, Russia, India, China, South Africa* – наиболее динамично растущие развивающиеся страны); *PIIGS* (*Portugal, Ireland, Italy, Greece, Spain* – проблемные страны охваченной долговым кризисом еврозоны).

Инициальный тип сложносокращенных слов приобретает широкое распространение в экономической лексике английского языка последних десятилетий: *ABI n* (*Association of British Insurers*), *ATM n* (*automated teller machine*), *CCI n* (*Consumer Confidence Index*), *CFTC n* (*Commodity Futures Trading Commission*), *CUSIP n* (*Committee of Uniform Security Identification Procedure*), *DVP n* (*delivery versus payment*), *ECGD n* (*Export Credit Guarantee Department*), *EFT n* (*electronic funds transfer*), *ESOP n* (*Employee Stock*

*Ownership Plan*), *EVP n* (*Executive Vice-President*), *IPO n* (*initial public offering*), *MBWA n* (*management by walking around*), *OTE n* (*on-target earnings*), *PEP n* (*Personal Equity Plan*), *TESSA n* (*Tax Exempt Special Savings Account*), *TQM n* (*total quality management*), *WIP n* (*work in progress or work in process*).

В составе новой экономической лексики можно встретить аббревиатуры с цифровыми символами: *B2B* (*business-to-business*), *B2B2C* (*business to business to consumer*), *C2C* (*customer to customer*) и частично сокращенные слова: *B-school n* (*business school*), *e-tailer n* (*electronic tailer*).

2) Активным средством пополнения новой экономической лексики является телескопия, например: *bimbonomics n* – *bimbo* + *economics*, *Bushonomics n* – *Bush* + *economics*, *Clintonomics n* – *Clinton* + *economics*, *corpocracy n* – *corporate* + *bureaucracy*, *glocal adj* – *global* + *local*, *hesiflation n* – *hesitation* + *inflation*, *innoventure n* – *innovation* + *venture*, *Lawsonomics n* – *Lawson* + *economics*, *Rogernomics n* – *Roger* + *economics*, *stagflation n* – *stagnation* + *inflation*.

3) Усечение – способ образования неологизмов путем присоединения начальной части одного слова и конечной части другого слова. Это - многочисленная группа неологизмов, среди которых можно отметить следующие: *stagflation* (*stagnation* + *inflation* – застой в экономике при росте цен и безработицы); *webinar* (*web* + *seminar* – особый тип веб-конференции, где связь, как правило, односторонняя – со стороны говорящего); *organigram* (*organization* + *diagram* – схема организационной структуры компании).

4) Значительное количество неологизмов появляется в английском языке

благодаря конверсии, т.е. изменения синтаксической функции слова. Здесь можно рассмотреть примеры существительных образованных от фразовых глаголов: *bailout n*, *bolt-on n*, *burn-out n*, *cave-in n*, *close-out n*, *sell-through n*, *start-up n* – новое предприятие (часто в последнее время новая «интернет-компания»).

5) Важную роль в неологической номинации экономической лексики играют семантические процессы. Так, слово *appraisal* «оценка» как элемент экономической лексики означает «встреча работодателя с рабочим с целью обсуждения качества выполненной работы последнего», слово *campus* «университетский городок» получило значение «территория и здания, принадлежащие крупной компании», *cop* «полицейский» – «верхний чин», *mover* «1. инициатор; 2. автор предложения» – «компания, акции которой покупаются и продаются в больших количествах», *niche* «ниша» – «выгодная позиция в рыночной экономике», *suitor* «жених, поклонник» – «предполагаемый покупатель корпорации».

Неологизмы могут быть образованы путем переосмысления, т.е. старые слова приобретают новые значения. Здесь можно привести следующие примеры: *empowerment* (наделение полномочиями рядовых сотрудников); *contagion* (распространение кризисных явлений в одной стране на другие страны); *meltdown* (резкий обвал котировок на бирже).

Как отмечает Л. К. Раицкая, «кроме сохранения и развития тенденций, которые были свойственны английскому языку в предыдущие десятилетия, широкое распространение получила тенденция к тому, что в английском



языке получило название «*bastardization*» – огрубление или даже вульгаризация языка» [Раицкая 2007:102]. Среди наиболее ярких примеров можно отметить такие неологизмы как: *to effort* вместо традиционного *to attempt*, или *to try*; *to operationalize*, а не *to implement*, или *to put into action*; *to socialize an idea* взамен *to spread an idea*».

Большую группу неологизмов составляют фразеологизмы, которые по определению, данному в «Толковом переводоведческом словаре» Л.Л. Нелюбина, представляют собой «сочетания слов, т.е. раздельнооформленные образования с полностью или частично переосмысленными компонентами» [Нелюбин, 2003: 240]. Здесь можно привести следующие примеры: *virtuous cycle* – благоприятное сочетание факторов; *rocket scientist* – разработчик новых финансовых инструментов; *bricks and motor business* – традиционная компания (в отличие от интернет – компании); *Dutch disease* – голландская болезнь, то есть явление, характерное для индустриальных стран с гипертрофированным сырьевым экспортом, когда сырьевая промышленность «душит» другие производства, а рост доходов приводит к повышению курса местной валюты из-за удешевления иностранной валюты; *cashcow* – товар, дающий непрерывный приток наличных денег.

б) Такой способ, как словопроизводство, дает основное количество новообразований. В этом случае неологизмы образуются чаще всего с использованием суффиксов *-tion*, *-ism* для существительных; *-ize* для глаголов; префикса *de-* и других [Коровина, 2009:203].

Суффикс *-ism* продуктивен для образования категорий в политологии и экономической теории, таких как *brandalism* (размещение на общественных и офисных зданиях наружной рекламы, которая обычно уродует их внешний вид); *biocolonialism* (безвозмездное получение от коренного населения знаний об особенностях местной флоры и фауны и биологических ресурсах).

Большое число глаголов-неологизмов образуются с использованием суффикса *-ize*. Здесь в качестве примера можно привести следующие глаголы: *to bulletize* (выделять в программе Word основные пункты с помощью специальных символов – кружков или квадратиков); *to calendarize* (составлять календарный график мероприятий); *to operationalize* (приводить в действие, реализовывать); *to dollarize* (переориентировать национальную экономику на доллар); *to genericize* (делать что-либо распространенным или массовым товаром).

Самой распространенной приставкой для образования неологизмов является в данный момент *de-*. Примеры включают – *deproliferate* (быстро сокращаться); *decruitment* (увольнение); *derisk* (уменьшить риск); *demote* (понижать в должности), *delaying* (сокращение управленческих звеньев в компании) [Коровина, 2009:204].

В новой экономической лексике встречаются неологизмы с суффиксами *-able*, *-less*, *-er*, *-ize*, например: *bankable adj*, *globalize v*, *cashless adj*, *cloner n*, *commodize v*, а также неологизмы с префиксами и полупрефиксами *up-*, *co-*, *de-*, *micro-*, *super-*, например: *co-market v*, *de-list v*, *demerge v*, *microfinance n*, *micromanage v*, *supercat n*, *updraft n*.

7) В создании новообразований экономической направленности следует отметить важную роль словосложения: *affinity-card n*, *bucket-shop n*, *burnrate n*, *callcentre n*, *cardmember n*, *cashadvance n*, *chargecard n*, *communitycharge n*, *comparison – shop v*, *cubefarm n*, *edgocity n*, *greenshoe n*, *large-cap n*, *lemonlaw n*, *market-maker n*, *singlemarket n*, *small-cap n*.

Путем словосложения в английский язык вошли такие слова, как *know-how* (технологии, ноу-хау); *just-in-time* (система поставок «точно в срок» минуя стадию складирования); *downsizing* или *rightsizing* (оптимизация структуры компании путем сокращения управленческих звеньев); *to whiteboard* (обсуждать проект или идею с использованием доски-блокнота с перекидными листами); *dumbsizing* (необдуманное сокращение штата, которое приводит к неожиданным результатам).

8) Также необходимо отметить словесное сокращение словосочетания (универбация) как один из источников неологизации, например: *exceptional n* (*exceptional costs*), *extras n* (*extra charges*).

9) Еще одним источником неологизмов являются эвфемизмы – слова (или выражения), считающиеся в большей степени социально и политически корректными в той или иной ситуации. Например, *career-change opportunit* вместо «увольнения»; *opposition research* вместо «поиск компрометирующей информации».

10) Экономическая лексика в английском языке также пополняется заимствованиями, например, из японского языка (*Nikkein*, *zaitekun*) и итальянского (*gallerian*), из испанского *maquiladoras* (предприятия и производства в приграничной зоне Мексики - США).

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II

Лексика сферы экономики неоднородна по своему составу и включает наряду с абстрактными базовыми понятиями (производственные отношения, способ производства, производительные силы, средства производства и др.) обозначения конкретных областей экономических знаний, которые зачастую могут быть включены в состав других областей знаний.

В ходе тематической классификации отобранных единиц, нами были выделены десять основных областей экономики, которые в последние годы наиболее активно пополняются новыми понятиями. В ходе тематической классификации лексика была распределена по таким подгруппам как: единицы, обозначающие новые понятия на рынке труда, новые профессии, реалии длительного кризисного периода в экономике, неологизмы, связанные с процессом глобализации и с внедрением новых технологий в экономической сфере.

Деривационные модели в образовании экономической лексики представлены достаточно широко. Наиболее продуктивными способами создания неологизмов в экономическом дискурсе стали аббревиация, такие ее разновидности как аббревиатуры с цифровыми символами, инициальный тип, семантическая деривация, словопроизводство. Менее продуктивными способами неологизации стали усечение, конверсия, словосложение, телескопия.

Немногочисленными примерами неологизмов представлены такие

источники неологизмов экономического дискурса как заимствование и универбация.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящая дипломная работа представляет собой исследование неологизмов в экономическом дискурсе.

Целью работы было изучить неологизмы в английском экономическом дискурсе, составить их тематическую классификацию и выявить продуктивные способы их создания.

Для достижения поставленной цели мы рассмотрели теоретические вопросы, касающиеся понятий «неологизм» и «дискурс». Особое внимание мы уделили способам создания неологизмов в английском языке, а также исследовали характерные особенности английского экономического дискурса.

Основу для анализа практического материала составили следующие теоретические основания:

1) под неологизмом понимается новое слово, словосочетание или старое слово, получившее новое значение, которые вошли в употребление в течение описываемого периода и обладают временной коннотацией новизны, фиксирующейся коллективным сознанием носителей языка.

2) экономический дискурс мы трактуем как совокупность речевых актов в сфере экономики, устные и письменные тексты, созданные профессионалами, неспециалистами и журналистами, отображающие реалии экономического мира.

В настоящей работе для анализа отбирались экономические неологизмы,

ставшие особенно актуальными в период последних десяти лет. Всего было проанализировано 104 единиц.

Поскольку интернет и средства массовой информации являются основными источниками экономического дискурса материалом исследования послужили неологизмы, которые были отобраны из англоязычных периодических изданий, интернет ресурсов, лингвистических порталов.

В ходе исследования отобранные лексические единицы были классифицированы по тематическому принципу, в результате чего были выделены шесть лексико-тематических групп: новые термины экономики и маркетинга; лексика, отражающая изменения на рынке труда; неологизмы, обозначающие кризисные явления в экономике. В корпусе исследованных неологизмов также нашли отражение новые формы организации труда. Особую значимость во всех сферах жизни приобрело внедрение новых технологий, что отразилось на появлении в экономическом дискурсе целого пласта лексики, обозначающей новые понятия, связанные с этой сферой.

Современный английский язык располагает многими способами образования новых слов. Однако не все способы используются в одинаковой степени в создании неологизмов экономического дискурса, и удельный вес каждого из них в словообразовательном процессе неодинаков.

Анализ показал, что словопроизводство дает основное количество новообразований в экономическом дискурсе, 24 единицы. В этом случае неологизмы образуются чаще всего с использованием суффиксов *-tion*, *-ism* для существительных; *-ize* для глаголов; префикса *de-* и других.

Наиболее эффективным способом создания неологизмов в английском экономическом дискурсе является аббревиация (25 единиц) и такие ее разновидности как инициальные аббревиатуры и аббревиатуры с цифровыми символами.

Еще одним активным средством пополнения новой экономической лексики стали телескопия и конверсия, 9 и 7 единиц соответственно. Небольшое количество примеров было произведено посредством универбации и усечения, несмотря на то, что последний из упомянутых способов тесно связан с телескопией. Эвфемизмы и заимствования также стали источниками формирования неологизмов, которые, как показало исследование, являются малоэффективными для экономического дискурса.

В отдельную группу были включены неологизмы, полученные в результате семантической деривации (12 единиц), в которую также вошли фразеологизмы, перешедшие из общелитературной лексики в разряд экономических терминов путем идиоматизации.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1989. – С. 136-137.
2. Заботкина О.Л. Новая лексика современного английского языка. М: Искусство, 1989. 14 с.
3. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Сб. науч. тр. / Под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина. – Волгоград: Перемена, 2000. 150 с.
4. Карпова Н.С. Метафоры-неологизмы в современном английском языке. // Лингвометодические проблемы преподавания иностранных языков в высшей школе: Сб. науч. трудов. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2005. – С. 166-169.
5. Колшанский Г.В. Язык как динамическая система, 1990. 69 с.
6. Конецкая В.П. Социология коммуникаций. Учебник. — М.: Международный университет бизнеса и управления, 1997. 304 с.
7. Коровина Л.В. Неологизмы в деловом дискурсе английского языка. М.: Наука, 2009. 203 с.
8. Май Ликунь. Русский экономический текст в функционально-стилистическом и социолингвистическом аспектах [Текст] : дис... канд. филол. наук: 10.02.02 / Одесский национальный ун-т им. И.И.Мечникова. Кафедра русского языка. - О., 2008. 288 с.
9. Лопатин В.В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные слова. - М., 1973. 152 с.
10. Лукьянченко Е.А. Неологизмы в английском языке как продукт разговорного дискурса. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://mgimo.ru/files2/2013\\_07/up41/file\\_6e280b4fedd8fbd5d4fd53bb473ce262.pdf](http://mgimo.ru/files2/2013_07/up41/file_6e280b4fedd8fbd5d4fd53bb473ce262.pdf) - Загл. с экрана. (Дата обращения 06.11.2015).
11. Лыков А.А. Современная русская лексикология русское окказиональное слово. 1972. 85 с.

12. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М., 2003. 278 с.
13. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. – Изд. 3-е, перераб. М.: Флинта: Наука, 2003. 320 с.
14. Поповцева Т.Н. Относительные неологизмы / Т.Н. Поповцева // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Наука ЛО, 1990. – С. 90-95.
15. Раицкая Л.К. Неологизмы в современном экономическом тексте. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://englishmgimo.livejournal.com/922.html> - Загл. с экрана. (Дата обращения 06.11.2015).
16. Степанова М.Д. Теоретические основы словообразования в немецком языке / М.Д. Степанова, Ф. Фляйшер. М.: Высшая школа, 1984. 190 с.
17. Торопцев И.С. Язык и речь. Воронеж: Изд-во Воронеж.ун-та, 1985. 200 с.
18. Шереметьева А. А. Основные характеристики экономического дискурса (на материале немецкого языка) [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://vestnik.kuzspa.ru/articles/61>. - Загл. с экрана. (Дата обращения 28.03.2017).
19. Щукин А.Н. Лингводидактический энциклопедический словарь/А.Н.Щукин. – М.: Астрель: АСТ: Хранитель, 2007. 752 с.
20. Hundt M. Modellbildung in der Wirtschaftssprache.Zur Geschichte der Institutionen-und The-oriefachsprachen der Wirtschaft. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1995. 316 p.
21. Ortner L. Deutsche Wortbildung: Typen und Tendenzen / L. Ortner, E. MüllerBollhagen.– Hauptteil 4 : Substantivkomposita. – Berlin ; New York : de Gruyter, 1991. 863 p.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ СЛОВАРЕЙ

1. Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой. М., 1990. 682 с.
2. Философия. Энциклопедический словарь. — М.: Гардарики. Под редакцией А.А. Ивина. 2004. 1072 с.
3. Cambridge Dictionary [Official Website]. URL: <http://dictionary.cambridge.org/zhs/> (accessed 23.04.2017).
4. Macmillan Dictionary [Official Website]. URL: <http://www.macmillandictionary.com/buzzword/aboutbuzzwords.html> (accessed 11.02.2017).
5. Merriam-Webster: Dictionary and Thesaurus [Official Website]. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (accessed 22.04.2017).
6. Oxford Dictionary [Official Website]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/> (accessed 06.03.2017).
7. Routledge Dictionary of Economics [Official Website]. URL: <https://www.questia.com/library/109068908/routledge-dictionary-of-economics> (accessed 06.03.2017).
8. The International Dictionary of Neologisms [Official Website]. URL: <http://www.dictionary.com/browse/international> (accessed 22.04.2017).